

Determinan Minat Individu Menjadi Pengemudi Kendaraan Online

Ervilia Agustine Wiharsianti

Erviliaggs@gmail.com,

Akuntansi, Universitas Ahmad Dahlan

Kahfi Fikrianoor

kahfifikri@gmail.com,

Akuntansi, Universitas Ahmad Dahlan

Listia Nur Aini

Listianura@gmail.com,

Kesehatan Masyarakat, Universitas Ahmad Dahlan

Amir Hidayatulloh

amir.hidayatulloh@act.uad.ac.id,

Akuntansi, Universitas Ahmad Dahlan

ABSTRAK

Tantangan bisnis di era digital membawa perubahan tantangan bisnis dan gaya hidup. Era digital membawa perubahan gaya hidup menjadi instan sehingga masyarakat menghendaki mobilitas yang lebih cepat dan efisien. Sehingga, fenomena ini mendorong para pengusaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen, dan salah satunya adalah perusahaan Go-Jek. Profesi menjadi GO-Jek tidak hanya diminati oleh kalangan yang memiliki pendidikan rendah, akan tetapi mahasiswa bahkan orang yang memiliki pendidikan tinggi pun ingin menjadi driver online. Sehingga, dari fenomena ini penelitian ini mencoba menggali faktor-faktor apa saja yang mendorong individu untuk menjadi pengemudi online. Populasi dari penelitian ini adalah pengemudi online. Teknik pengambilan sampel dari penelitian ini menggunakan convenience sampling. Pengumpulan data dalam penelitian ini dengan melakukan wawancara kepada pengemudi kendaraan online. Responden dalam penelitian ini berjumlah 10 responden. Penelitian ini memperoleh hasil bahwa kontrol perilaku persepsian, norma subyektif, dan sikap terhadap perilaku merupakan faktor-faktor yang mempengaruhi individu untuk menjadi pengemudi kendaraan online.

Kata Kunci: Kontrol Perilaku persepsian, Norma Subyektif, dan Sikap

ABSTRACT

Business challenges in the digital age bring in business and lifestyle challenges. The digital age brings lifestyle changes into an instant so that people want faster and more efficient mobility. Thus, this phenomenon encourages entrepreneurs to meet the needs of consumers, and one of them is the Go-Jek company. The profession of becoming GO-Jek is not only in demand by people who have low education, but students and even people who have higher education also want to be a online driver. So, from this phenomenon this study tries to explore what

factors drive individuals to become online drivers. The population of this study is the online driver. The sampling technique of this study uses convenience sampling. Collecting data in this study by conducting interviews with drivers of online vehicles. Respondents in this study were 10 respondents. This study results that control of perceived behavior, subjective norms, and attitudes toward behavior are factors that influence individuals to become drivers of online vehicles.

Keywords:*perceived behavior control, subjective norms, attitude*

PENDAHULUAN

Tantangan bisnis di era digital ini semakin masif membawa perubahan dalam tantangan bisnis dan gaya hidup, mulai dari pesaing-pesaing baru, inovasi produk, mobilisasi yang serba cepat. Hal ini akan mendorong perubahan model bisnis. Teknologi membuat tatanan gaya hidup berubah menjadi instan, sehingga masyarakat ingin mobilisasinya cepat dan efisien. Hal ini membuat para pengusaha bisnis mencoba mengimbangi permintaan konsumen dengan mengembangkan teknologi pada usaha bisnisnya. Salah satunya Perusahaan Go-Jek yang beroperasi di bidang transportasi.

Sebelum transportasi *online* berkembang, Go-Jek telah lebih dulu mengawalinya. Awal berdirinya sempat menjadi perbincangan masyarakat. Go-Jek menghadirkan aplikasi *gojek online* dan mengubah cara pemesanan kendaraan dengan cepat dan mudah, cukup dengan *smartphone*. Aplikasi ini mengkalkulasi biaya perjalanan dan pengemudi akan menjemput penumpang dimanapun sesuai dengan yang tercantum dalam pesanan pengemudi.

Munculnya ojek *online* ini disambut baik oleh masyarakat sekitar. Aplikasi ini dianggap sebagai jawaban dari permasalahan padatnyanya jalanan. Namun, keberadaan ojek *online* ini membawa pertentangan bagi ojek konvensional. Hal ini karena keberadaan ojek *online* dianggap merebut eksistensi ojek konvensional. Akan tetapi, seiring berjalannya waktu, pertentangan dari ojek *online* menyusut. Sebaliknya, semakin banyak yang tertarik dan berpindah haluan untuk menjadi pengemudi ojek *online* dari berbagai latar belakang. Bisnis ojek *online* ini memberikan peluang kerja masyarakat yang memiliki kendaraan, Surat ijin mengemudi, dan *smartphone* yang tidak atau sedang mencari pekerjaan.

Tidak ada yang mengira profesi pengemudi ojek *online* akan dilamar oleh ribuan orang. Mitra pengemudi Go-Jek mencapai 900.000. Pada awalnya individu ingin menjadi pengemudi kendaraan *online* karena desakan ekonomi, namun sekarang mahasiswa pun ada yang berprofesi sebagai sampingan bawha pemasukan bulannya. Tidak hanya mahasiswa, pengemudi ojek *online* bahkan ada yang berasal dari kalangan yang sudah mapan dari segi ekonominya (Bohang, 2017).

Ojek merupakan jasa yang diberikan terhadap masyarakat untuk orang yang ingin berpergian namun malas dan tidak ingin menggunakan kendaraan pribadi. Menurut data survei dari Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia pada 5-16 april 2017 dengan melibatkan 4.668 responden Keberadaan ojek sangat membantu pemerintah dalam mengurangi jumlah kemacetan dan jumlah pengangguran yang ada. Sebuah pencapaian yang mengesankan, terutama untuk

profesi yang selama ini dianggap kelas pinggiran oleh kebanyakan orang (Tempo.co, 2017).

Salah satu sumber ketidakefisienan layanan tukang ojek adalah masa tunggu yang terlalu lama. *Ojek online* dengan keunggulan aplikasinya yang *real time* mampu memotong masa tunggu itu. Masa tunggu dapat ditekan hingga nyaris nol. Dengan proses seperti itu, maka tingkat produktivitas pengojek naik signifikan. Hal ini yang menguntungkan bagi pelanggan untuk menghemat waktu mereka.

Salah satu dampak yang terjadi ketika produktivitas naik, otomatis *income* juga bisa melesat ke level yang lebih tinggi. Hal ini yang menyebabkan banyak orang yang sangat tertarik dengan pekerjaan pengemudi ojek *online*. Keunggulan aplikasi (*digital apps*) dapat dimanfaatkan untuk memperdayakan ekonomi kaum kelas pinggiran yang masih minim.

Dengan adanya ojek *online* ini mengubah industri yang tidak diatur menjadi sistem yang mudah dan efisien. Dari hasil survei awal, kami tertarik melakukan penelitian yang berjudul determinan minat individu menjadi pengemudi kendaraan *online*.

TINJAUAN PUSTAKA

Ojek

Ojek merupakan salah satu transportasi alternatif yang ditawarkan di Indonesia. Dalam (*Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 2008) kata ojek diartikan sebagai sepeda atau sepeda motor yang digunakan untuk mengantar penumpang dengan cara diboncengkan dibelakang dengan imbalan upah. Dalam gaya hidup masyarakat sekarang, ojek dibagi menjadi dua, yaitu konvensional dan online. Perusahaan ojek online yang aktif beroperasi saat ini antara lain; Go-jek, Uber, grab, jeger, Teknojek dan lain-lain.

Kata konvensional berarti berdasarkan konvensi (kesepakatan) umum, seperti adat, kebiasaan, kelaziman, tradisional (*Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 2008), sedangkan kata *online* dalam bahasa Indonesia disebut daring, berdasar *Kamus Besar Bahasa Indonesia* yang merupakan akronim dari dalam jaringan, memiliki arti terhubung melalui jejaring komputer, internet, dan sebagainya. Dari pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa ojek konvensional merupakan jasa ojek yang masih tradisional sehingga dalam menggunakan layanannya tidak perlu secara *online*. Sedangkan ojek *online* merupakan jasa transportasi yang dalam pelayanannya menggunakan jaringan internet.

Teori Tindakan Beralasan (Theory Reasoned Action)

Theory of Reasoned Action (TRA) menghubungkan antara keyakinan (*belief*), sikap (*attitude*), kehendak (*intention*) dan perilaku (*behavior*).

Martin Fishbein dan Ajzen adalah orang yang pertama kali memperkenalkan teori ini. Jika ingin mengetahui apa yang akan dilakukan seseorang maka cara terbaiknya yaitu mengetahui kehendak seseorang terlebih dahulu, karena kehendak itu merupakan prediktor terbaik dalam perilaku (Jogiyanto, 2007).

Teori ini mempunyai konsep penting yaitu fokus perhatian (*salience*), yang artinya mempertimbangkan sesuatu yang dianggap penting terlebih dahulu. Menurut (Jogiyanto, 2007) kehendak (*intention*) ditentukan oleh sikap dan norma subyektifnya. Intensi atau niat merupakan fungsi dari dua determinan dasar, yaitu yang pertama sikap individu terhadap perilaku (merupakan aspek personal) dan yang kedua persepsi individu terhadap tekanan sosial untuk melakukan atau untuk tidak melakukan perilaku yang disebut dengan norma subyektif ini menurut pendapat dari (Jogiyanto, 2007). Jadi perilaku menurut *Theory of Reasoned Action* (TRA) dipengaruhi oleh niat, dan niat dipengaruhi oleh sikap dan norma subyektif. Hal itu pula yang menjadikan teori ini sebagai landasan untuk mengetahui determinan minat individu menjadi pengemudi kendaraan *online*. Sikap itu sendiri dipengaruhi oleh keyakinan akan hasil dari tindakan yang telah dilakukan dan norma subyektif dipengaruhi oleh keyakinan akan pendapat orang lain serta motivasi untuk menaati pendapat tersebut. Jadi jika seseorang akan melakukan suatu perbuatan yang dianggap positif maka ia akan percaya bahwa orang lain juga menginginkan agar ia melakukannya.

Norma Subyektif (*Subjective Norm*)

Norma Subyektif (Jogiyanto, 2007) adalah persepsi atau pandangan seseorang terhadap kepercayaan-kepercayaan orang lain yang akan mempengaruhi minat untuk melakukan atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan. Pengemudi kendaraan *online* tidak terlepas dari kegiatan mengambil keputusan untuk berperilaku. Keputusan yang akan diambil seorang pengemudi ojek *online* yang akan diambil dengan pertimbangan diri sendiri maupun pertimbangan dari orang lain yang dianggap penting. Dengan demikian pertimbangan dari orang lain dapat memberikan dorongan atau semangat untuk mengambil keputusan menjadi pengemudi kendaraan *online*.

Sikap

Sikap menurut beberapa pakar psikologi merupakan evaluasi kepercayaan (*belief*) atau perasaan positif atau negatif dari seseorang jika harus melakukan perilaku yang akan ditentukan. Pendapat (Allport, 1935) mengartikan *attitude* yaitu sikap terhadap objek tertentu yang merupakan sikap pandangan atau sikap perasaan, akan tetapi sikap tersebut disertai dengan kecenderungan untuk bertindak sesuai dengan objek. Jadi ide yang berkaitan dengan emosi yang

mendorong pengemudi kendaraan *online* untuk melakukan tindakan-tindakan tertentu dalam situasi sosialnya, yaitu sikap itu sendiri.

Teori Tindakan yang direncanakan (*Theory of Planned Behavior*)

Teori ini merupakan pengembangan dari *Theory Reasoned Action* perbedaannya hanya pada TPB ditambah satu faktor yang berkaitan dengan kontrol, yaitu *Perceived Behavior Control* (PBC). *Theory of Planned Behavior* (TPB) mengemukakan bahwa tindakan manusia dibimbing oleh tiga macam faktor, yaitu keyakinan (*belief*) tentang hasil perilaku dan evaluasi terhadap hasil perilaku (*behavior belief*), keyakinan tentang harapan normatif dari orang lain, motivasi untuk menuruti dari adanya harapan tersebut (*normative belief*), dan keyakinan tentang hadirnya faktor yang memfasilitasi atau menghambat perilaku, serta persepsi adanya power pada faktor tersebut (*control belief*).

Persepsi kontrol perilaku (*Perceived Behavioral Control*) perasaan seseorang mengenai mudah atau sulitnya mewujudkan suatu perilaku tertentu, Ajzen menjelaskan tentang perasaan yang berkaitan dengan perilaku kontrol dengan cara membedakannya dengan locus of control atau pusat kendali yang dikemukakan oleh Rotter's. Pusat kendali berkaitan dengan keyakinan seseorang yang relatif stabil dalam segala situasi. Persepsi kontrol perilaku dapat berubah tergantung situasi dan jenis perilaku yang akan dilakukan. Pusat kendali berkaitan dengan keyakinan individu bahwa keberhasilannya melakukan segala sesuatu tergantung pada usahanya sendiri (Rotter's, 2010).

METODE

Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer dalam penelitian ini adalah pengemudi ojek online. Dalam mengumpulkan data, peneliti melakukan wawancara secara langsung baik dalam suasana formal maupun nonformal pada para pengemudi ojek online yang merupakan subjek penelitian. Sebagaimana yang dikatakan oleh (Azwar, 2010) bahwa "Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian sebagai sumber informasi yang dicari". Wawancara formal yang peneliti maksud adalah meminta waktu khusus untuk melakukan wawancara, sedangkan wawancara non formal maksudnya wawancara berlangsung di kegiatan-kegiatan lain.

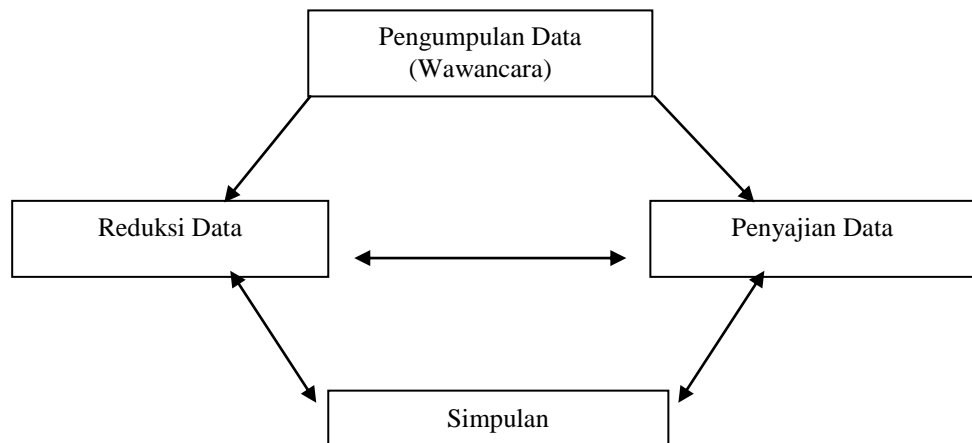
Jenis Data

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Data yang dikumpulkan merupakan data kualitatif. Maka, teknik pengumpulan data dengan melakukan wawancara mendalam. Kegiatan wawancara ini bersifat lentur, tidak terstruktur secara ketat dan menggunakan pertanyaan yang umum agar peneliti

berpeluang mendapatkan informasi yang seluas-luasnya tanpa membatasi partisipan dalam mengungkapkan pikiran dan pendapatnya. Informasi dari partisipan tersebut lalu diruncingkan untuk mendapatkan garis besar dari permasalahan. Disamping itu, kegiatan wawancara dilakukan secara non formal agar pihak partisipan tidak merasa sedang diinterogasi.

Metode/Desian Penelitian

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model interaktif, yang meliputi kegiatan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, penarikan serta pengajuan kesimpulan (mendeleyin Miles). Teknik analisis data dalam penelitian disajikan pada gambar 1 berikut.



Gambar 1. Teknik Analisis Data
Sumber : data diolah (2019)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Responden

Berdasarkan pendidikan terakhir responden, dapat di simpulkan bahwa pengendara kendaraan *online* berasal dari berbagai jenjang pedidikan bahkan salah satu responden berasal dari sarjana yang notabene adalah orang yang memiliki pendidikan tinggi. Tabel pendidikan terakhir responden disajikan pada tabel 2 berikut.

Tabel 2. Pendidikan terakhir responden

Pendidikan	Responden
TK	1
SD	1
SMP	1
SMA	5
D3	1
S1	1

Sumber : data diolah (2019)

Usia responden dalam penelitian ini paling banyak pada rentan usia 30 sampai 39 tahun yaitu sebanyak 7 responden, sedangkan responden dengan rentan usia 20 sampai 29 tahun berjumlah 1 responden dan responden dengan rentan usia 40 sampai 49 tahun berjumlah 2 responden. Tabel usia responden disajikan pada tabel 3 berikut.

Tabel 3. Rentan usia responden

Rentan Usia	Responden
20-29	1
30-39	7
40-49	2

Sumber : data diolah (2019)

Tabel 3. Hasil Wawancara Yang Telah Direduksi

Kode	Pertanyaan dan Jawaban	Verbatim
	Mas pertama kali kenal gojek itu dari mana ya? Apa yang mendorong mas jadi <i>driver online</i> ?	
A	Saya pertama kali kenal dari <i>social media</i> seperti <i>facebook</i> , itu internet selebihnya sama teman. Yang pertama itu untuk kebutuhan hidup mas, dorongan diri sendiri selebihnya. Soalnya gak ada kerjaan lain. Soalnya kan nyari kerja sekarang susah gitu. Jadi ya saya menggunakan apa yang saya bias aja.	(Kontrol Perilaku Persepsian)
B	Dari temann, iya teman . Dari temen ngajak saya jadi ojek <i>online</i> . Itu karena pendapatan emang lebih dari pekerjaan lama	(Norma Subyektif)

Kode	Pertanyaan dan Jawaban	Verbatim
C	Dari keluarga. Kakak, kan, di Bekasi di sana kan dia tahu informasi dari Jakarta to, Mbak, itu Jogja mau buka. Karena gajinya lebih banyak, lebih besar.	(Norma Subyektif)
D	Ya karena yang di <i>online</i> itu kan biasanya tiap hari ada pemasukan. Kalau di proyek itu kan kalau nggak ada borongan nggak dapat uang, Mbak.	(Kontrol Perilaku Persepsian)
E	Yaa dia kan juga <i>security</i> , daripada kita Cuma setelah selesai pulang jaga dari pada di rumah kita mendingan ngojek <i>online</i> aja yang bisa di sempet sempetin bisa ketemu sama temen-temen juga	(Kontrol Perilaku persepsian)
F	Ya, cuma tahu, gimana caranya, daftarnya gitu. Kalo kerjaan dulu Ya duitnya lebih sedikit dari Gojek. Kalau dibanding apa misalnya gajinya sehari kalau proyek 60 ribu. Itu aja nggak boleh istirahat, panas. Ini capek, ya, istirahat nggak ada yang marahin.	(Kontrol Perilaku Persepsian)
G	Saya tahu sendiri dari <i>social media</i> dan sebelumnya sebelum menjadi <i>driver</i> Gojek saya menjadi sebuah karyawan swasta dan di situ udah 14 tahun pindah-pindah pekerjaan dan akhirnya saya memiliki keluarga dan memiliki anak kecil di situ saya merasa kalau jadi karyawan swasta waktu saya kurang enak sama perusahaan sendiri dan sama bos sendiri karena kebanyakan ijin kalau punya anak kecil. Karena itu saya memilih jadi <i>driver</i> ojek <i>online</i> karena waktu yang fleksibel bisa menyesuaikan keadaan di rumah.	(Sikap terhadap Perilaku)
H	Tahu gojek dari teman, pertama ngajak setelah itu ya saya setelah itung-itung ternyata dari gaji per bulannya kalau buat bekerja itu ya lumayan. Tapi kalau di Gojek itu yang besar itu bukannya gajinya tapi <i>incomenya</i> . Karena dulu itu bonusnya besar, sekarang bonusnya agak sedikit kecil tapi tetep aja <i>incomenya</i> lebih besar Gojek.	(Norma subyektif)

Kode	Pertanyaan dan Jawaban	Verbatim
I	Enggak. Inisiatif sendiri, daftar. Yo <i>nganu</i> . Sing jelas ki yo yang penting saya punya pekerjaan begitu aja. Punya penghasilan yang jelas itu. Biar rejekinya datang dari segala penjuru <i>ngono lho</i> .	(Sikap Terhadap Perilaku)
J	Dari temen mbak, temen juga yang ngajak gabung . Jadi <i>driver</i> gini lebih fleksibel mbak, dari segi pendapatan pun lebih tinggi jadi ojek gini daripada kerjaan yang dulu.	(Norma Subyektif)

Sumber : data diolah (2019)

Tabel 3 menunjukkan bahwa empat dari 10 responden menjadi pengemudi *online* karena kontrol perilaku persepsian seperti pendapatan yang tinggi, kepuasan berkumpul dengan teman serta waktu yang lebih fleksibel. Selain kontrol perilaku persepsian, menjadi pengemudi *online* juga dipengaruhi oleh norma subjektif seperti teman dan keluarga (hal ini diungkapkan oleh empat responden). Sedangkan, dua responden menyatakan bahwa responden menjadi pengemudi *online* memang karena berinisiatif sendiri dan tidak memiliki pekerjaan. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian sebelumnya yaitu (Ratnadi & Widanaputra, 2019); (Pradipta & Suprapti, 2013); (Intan, Parwati, Prayudi, & Kurniawan, 2019) menyatakan bahwa kontrol perilaku persepsian, norma subjektif, dan sikap merupakan beberapa faktor yang mendorong individu untuk menggunakan teknologi.

SIMPULAN

Niat untuk menjadi pengemudi *online* ditentukan oleh norma subjektif, kontrol perilaku persepsian, dan sikap terhadap perilaku. Faktor yang paling dominan yang mendorong individu untuk menjadi pengemudi *online* adalah kontrol perilaku persepsian, seperti pendapatan yang tinggi, kepuasan ketika berkumpul dengan teman serta waktu yang fleksibel. Selain itu, individu menjadi pengemudi *online* juga ditentukan oleh norma subjektif, seperti teman dan keluarga. Faktor lain yang mendorong individu untuk menjadi pengemudi *online* adalah sikap terhadap perilaku, misal insisiatif dirinya sendiri, dan tidak ada pekerjaan lain.

Keterbatasan dari penelitian adalah penelitian ini memiliki validitas eksternal rendah. Hal ini karena penelitian ini menggunakan metode wawancara. Sehingga, penelitian selanjutnya dapat menggunakan metode survei, agar memperoleh validitas eksternal tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Allport, G. W. (1935). *Attitudes dalam Handbook for Social Psychology*. Mass :
Clarck University Press.
- Azwar, syarifudin. (2010). *Metode penelitian*. yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- BOHANG, F. K. (2017, December 12). Berapa Jumlah Pengguna dan Pengemudi Go-Jek? *Kompas.Com*. Retrieved from
<https://tekno.kompas.com/read/2017/12/18/07092867/berapa-jumlah-pengguna-dan-pengemudi-go-jek>
- Intan, W., Parwati, G., Prayudi, M. A., & Kurniawan, P. S. (2019). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PENGGUNAAN SISTEM INFORMASI E-PARKING (Studi Empiris : Masyarakat Pengguna E-Parking di Tabanan), *1*, 184–195.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia 2008. (2008).
- Pradipta, I. G. S., & Suprpti, N. W. S. (2013). Pengaruh Sikap Dan Norma Subyektif Terhadap Niat Calon Pemilih Di Kota Denpasar Untuk Memilih Partai Demokrat Dalam Pemilu Legislatif Tahun 2014. *Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis, Dan Kewirausahaan*, 07(1), 29–38.
- Ratnadi, N. M. D., & Widanaputra, A. A. G. P. (2019). Pengaruh Persepsi Kegunaan, Kemudahan Penggunaan dan Norma Subyektif pada Minat Berperilaku Penggunaan E-Billing. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Bisnis*, 14(2), 169. <https://doi.org/10.24843/jiab.2019.v14.i02.p03>
- Rotter's. (2010). *Rotter's dalam Raco, JR, 2010*.
- Tempo.co. (2017, May 25). Transportasi Online, YLKI: 72,6 Persen Gunakan Go-Jek. *Metro.Tempo.Co*. Retrieved from
<https://metro.tempo.co/read/874563/transportasi-online-ylki-726-persen-gunakan-go-jek/full&view=ok>